

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disusun oleh:

**ILHAM FEBRIANSYAH**

**B 100 130 066**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2017**

**HALAMAN PRSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

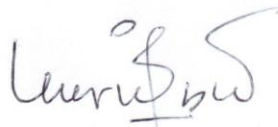
**Oleh:**

**ILHAM FEBRIANSYAH**

**B 100 130 066**

**Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Wuryaningsih DL, MM**

## HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



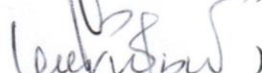
Oleh:

**ILHAM FEBRIANSYAH**

**B 100 130 066**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Senin, 31 Juli 2017  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| 1. Nur Ahmad, SE., Msi      | (  ) |
| 2. Soepatini, SE., Msi, PhD | (  ) |
| 3. Dra. Wuryaningsih DL, MM | (  )  |

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



**(Syamsudin M.M.)**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak sepenuhnya terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak sepenuhnya terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya sesuai kemampuan.

Surakarta, 31 Juli 2017

Penulis



**ILHAM FEBRIANSYAH**

**B 100 130 066**

# **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG**

## **(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Ukuran sampel yang di ambil sebanyak 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pengambilan sampel menggunakan metode Quota sampling karena jumlah tertentu (kuota) dengan ciri-ciri tertentu pada pembelian handphone merek samsung dan lebih sederhana karena pengambilannya sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian maka digunakan analisis regresi linier berganda, uji-F dan uji t digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya hubungan antara variabel kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian baik secara serentak maupun parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kedua, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphhone merek Samsung pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Ketiga, Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.**

### **ABSTRACT**

This research was conducted on students of Muhammadiyah University of Surakarta. Sample size taken as many as 100 students of Muhammadiyah University of Surakarta. Sampling using the Quota sampling method due to a certain amount (quota) with certain characteristics on the purchase of samsung brand mobile phones and more simple because the sampling of the population is done randomly without taking into account the strata in the population. To know how influence between variable of product quality, brand image and price to purchasing decision hence used multiple linear regression analysis, F-test and t test is used to know significance of relationship between product quality variable, brand image, and price to purchasing decision either Simultaneously or partially. The results showed that product quality positively affect the purchasing decision of Samsung brand mobile phone at the students of Muhammadiyah University of Surakarta. Secondly, the brand image has a positive effect on the purchasing decision of Samsung brand handphhone at the students of Muhammadiyah University of Surakarta. Third, the price has a positive effect on the purchasing decision of Samsung brand mobile phone at the students of Muhammadiyah University of Surakarta.

**Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision.**

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan manusia terhadap informasi meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Untuk mendapatkan informasi tersebut diantaranya dapat dilakukan dengan menjelajah dunia maya yaitu menggunakan internet, buku sebagai jendela dunia untuk memperluas cakrawala, dan dapat juga diperoleh melalui komunikasi menggunakan ponsel atau handphone. Pada awalnya sebuah ponsel hanya bisa mentransfer sinyal-sinyal suara, namun saat ini sebuah ponsel bisa mengirimkan pesan berupa teks, gambar, bahkan pesan multimedia. Perkembangan teknologi handphone dari waktu ke waktu menunjukkan kemajuan yang sangat pesat, seiring perkembangannya kini handphone berevolusi menjadi sebuah *smartphone* yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi menyerupai komputer. Secara umum, sebuah smartphone biasanya memiliki fitur yang canggih, terlebih jika sudah dibekali dengan sistem operasi seperti android, windows phone ataupun iOS. Smartphone juga tidak hanya terdiri dari satu merek saja namun banyak sekali merek yang bersaing di dunia pasar.

Banyaknya merek smartphone di Indonesia membuat konsumen harus kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya yang ditukarkan dengan produk atau manfaat produk. Menurut Hidayat (2009) kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Konsumen tentunya akan memilih produk yang berkualitas baik untuk di beli, sehingga hal ini menuntut perusahaan agar menciptakan smartphone yang memiliki kualitas baik serta melakukan inovasi terhadap produk yang lama agar memiliki kualitas yang lebih baik lagi.

Selain dari kualitas produk, ada faktor lain yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian yaitu citra merek dari produk tersebut. Dimana merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk lain (Kotler & Amstrong, 2001). Pilihan konsumen pada suatu merek produk tergantung pada citra merek yang melekat pada produk tersebut. Perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu, perusahaan harus mampu membangun citra merek yang lebih baik dari pesaing tentang produk perusahaan kepada

konsumen. Menanggapi hal tersebut, perusahaan dihadapkan pada bagaimana membangun citra merek. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah harga. Menurut Monroe dalam Sari (2012) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bahkan tidak sedikit pula konsumen yang mematok kualitas sebuah produk dengan harganya. Namun tidak semua konsumen berpikiran sama, terkadang ada juga yang melihat daya beli atau penghasilan konsumen.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah sejumlah keseluruhan individu dari unit analisa yang cirinya akan diduga. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Supramono & Haryanto (2005:65) jumlah sampel minimum yaitu 100 responden, karena sudah mewakili populasi yang cukup besar dan mengurangi terjadinya error, karena tidak diketahuinya jumlah populasi sesungguhnya. Sedangkan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu 100 Mahasiswa yang terpilih dan yang berkuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

### **2.2 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan cara menyiapkan sejumlah daftar pertanyaan untuk disampaikan kepada responden agar dijawab. Hasilnya dapat diperoleh data tentang gambaran umum responden, kemudian diolah dan diuji sehingga menghasilkan pembuktian hipotesis.

### **2.3 Data dan Sumber Data**

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pengambilan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui survey, angket atau wawancara. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode wawancara.

### **2.4 Definisi Operasional Variabel**

Variabel Independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lainnya. Menurut Handoko (2002) dalam Bilgies (2016) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas

kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan dan kualitas produk ditentukan oleh tolak ukur penilaian, semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan dinilai semakin berkualitas. Kotler dan Keller (2012) menyatakan pengertian Citra Merek adalah cara masyarakat menganggap merek secara aktual. Menurut Kotler dan Keller (2009), harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain.

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel Independen. Keputusan pembelian menurut Schiffman (2004) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Dengan lima alternative jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden menjawab kuesioner dengan memilih salah satu dari *alternative* jawaban yang telah disediakan dengan skala likert. Kemudian dari kelima alternative tersebut diberi skor :

Sangat Setuju	(5)
Setuju	(4)
Netral	(3)
Tidak Setuju	(2)
Sangat Tidak Setuju	(1)

## 2.5 Metode Analisis Data

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk menguji kualitas data penelitian ini yang melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dalam model regresi. Pada uji asumsi klasik terdapat beberapa metode pengujian, yaitu: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas.

Regresi linier berganda digunakan untuk menjawab bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keutusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Model yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$



Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
- a. : Nilai konstanta
- b : Koefisien arah regresi
- X<sub>1</sub> : Kualitas Produk
- X<sub>2</sub> : Citra Merek
- X<sub>3</sub> : Harga
- E : error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Salah satu cara untuk menguji validitas adalah menghitung nilai korelasi antara setiap item pernyataan dengan skor totalnya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* ( $r_{hitung}$ ). Pengambilan keputusan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian pada validitas atas variabel kualitas produk, citra merek, harga dan Keputusan Pembelian, maka dapat dilakukan pengujian reliabilitas. Hasil analisis reliabilitas ditunjukkan oleh besarnya nilai *alpha* ( $\alpha$ ). Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai alfa cronbach  $> 0,6$  maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel.

#### 3.2 Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Dari hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa *p-value* dari *UndstANDARDIZED residual* sebesar 0,264 ternyata lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

b. Uji Multikolinieritas

Bahwa hasil *VIF* masing-masing variabel berada di bawah nilai 10 dan mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan bebas dari masalah multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian meliputi kualitas produk, citra merek dan harga mempunyai nilai signifikansi (*p value*) > dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas.

### 3.3 Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan pengaruh variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), Citra merek ( $X_2$ ), dan Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung ( $Y$ ). Adapun hasil dari analisis regresi linier berganda dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Rekapitulasi Regresi Linier Berganda			
Variabel	B	$t_{hitung}$	Sig.
(Constant)	2,269		
Kualitas produk	0,365	6,055	0,000
Citra Merek	0,322	5,851	0,000
Harga	0,268	4,403	0,000

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 2,269 + 0,365 X_1 + 0,322 X_2 + 0,268 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1)  $a$  = Konstanta sebesar 2,269 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), variabel Citra Merek ( $X_2$ ), dan variabel Harga ( $X_3$ ) dianggap konstan maka Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta akan meningkat.
- 2)  $b_1$  = 0,365, koefisien regresi Kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,365 yang berarti apabila Citra Merek ( $X_2$ ), dan Harga ( $X_3$ ) konstan, maka dengan adanya

kualitas produk yang terjamin sehingga mengakibatkan keputusan pembelian handphone merek Samsung meningkat.

- 3)  $b_2 = 0,322$ , koefisien regresi Citra Merek ( $X_2$ ) sebesar 0,322 yang berarti apabila Kualitas produk ( $X_1$ ), dan Harga ( $X_3$ ) konstan, maka dengan adanya citra merek yang terpercaya sehingga mengakibatkan keputusan pembelian handphone merek Samsung meningkat.
- 4)  $b_3 = 0,268$ , koefisien regresi Harga ( $X_3$ ) sebesar 0,268 yang berarti apabila Kualitas produk ( $X_1$ ), dan Citra Merek ( $X_2$ ) konstan, maka dengan adanya harga yang terjangkau sehingga mengakibatkan keputusan pembelian handphone merek Samsung meningkat.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi sehingga diketahui apakah pengaruh secara parsial antara kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian adalah memang nyata terjadi (signifikan) atau hanya diperoleh secara kebetulan. Hasil Uji t dapat di lihat pada tabel berikut :

Uji t

Keterangan	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig.	Keterangan
Kualitas produk	6,055	1,985	0,000	$H_1$ diterima
Citra Merek	5,851	1,985	0,000	$H_2$ diterima
Harga	4,403	1,985	0,000	$H_3$ diterima

Sumber : Data primer, 2017

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 6,055 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. Dari hasil menunjukkan bahwa hipotesis pertama menyatakan “Diduga kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada pembelian Handphone Merek Samsung” terbukti kebenarannya.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 5,851 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. Dari hasil menunjukkan bahwa hipotesis kedua menyatakan “Diduga citra merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada pembelian handphone merek Samsung” terbukti kebenarannya.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 4,403 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan “Diduga harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pembelian handphone merek Samsung”, terbukti kebenarannya.

c. Uji Statistik F

Berdasarkan uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 534,440, angka tersebut berarti  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  sehingga keputusannya menolak  $H_0$ . dengan demikian secara simultan variabel Kualitas produk, Citra Merek dan Harga signifikan mempengaruhi kepuasan Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung .

d. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Dari hasil perhitungan determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,571, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Kualitas produk, Citra Merek dan Harga) menjelaskan variasi Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung di Universitas Muhammadiyah Surakarta sebesar 94,1% dan 5,9% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

#### 4. PENUTUP

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta . Hal ini terbukti dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 6,055 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta .

Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta. Hal ini terbukti Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 5,851 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Citra Merek terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta .

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta . Hal ini terbukti dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 4,403 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta .

## DAFTAR PUSTAKA

- Bilgies, Ana Fitriyatul. 2016. *Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. Vol. 1. No. 1, April 2016.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, Ummu. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1, No. 1, Maret 2016.
- Hidayat, Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 11. No. 1. Maret 2009.
- Karlina, Ni Putu Novia. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 6, 2015.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L., 2009. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Phillip & K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.
- Laheba, dkk. 2015. Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado). *Jurnal EMBA*. Vol. 3. No. 3 Sept 2015.

- Martini, Tina. 2015. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skuter matic. Jurnal Penelitian. Vol. 9. No. 1. Februari 2015.
- Pradipta, D.(2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (PERSERO) Enduro \$T di Makasar. Sarjana strata 1. Universitas Hasanudin, Makasar.
- Prasatiningtyas, Thabita Ratna. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 5, Nomor 7. Juli 2016.
- Sari, Hutami Permita. 2016. Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi Di DIY). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Schiffman, Leon. G; Leslie Lazar Kanuk. 2004. Consumer Behavior. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I dan II. (Terjemahan: Lamarto). Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Supramono dan Haryanto. 2005. Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management dan Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.